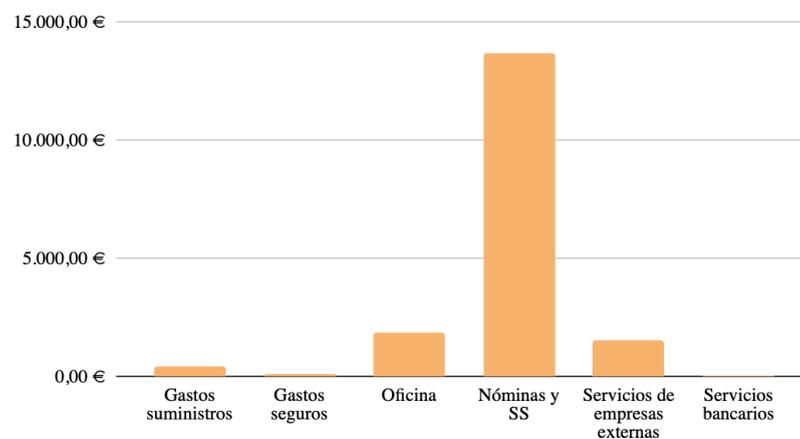


ESTRUCTURA DE COSTES

COSTES FIJOS:

Nuestra empresa tendrá todos los meses una serie de costes fijos divididos en diferentes familias: gastos suministros, gastos seguros, oficina, nóminas y SS, servicios de empresas externas y servicios bancarios. Sumando todas estas nos da un total con IVA de 17.671,77€ al mes. Lo que supone unos gastos alrededor de 212.301,20€ al año con IVA incluido, 203.703,14€ sin IVA.

Total gastos mensuales por familias



A continuación, detallaremos más concretamente los costes con el porcentaje más elevado:

En primer lugar se encuentra el **sueldo de los informáticos** con más de un 60%, con un total de 8.550€ ya que al ser cuatro informáticos y tener un sueldo elevado, ocupa la mitad del porcentaje de nuestros costes.

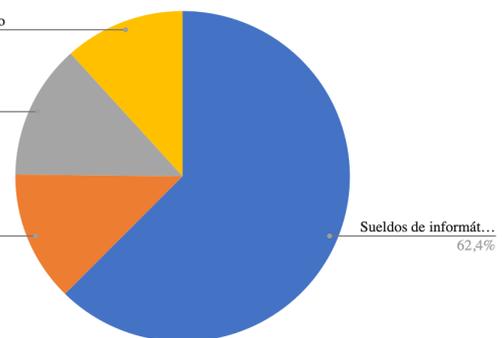
Nomina y SS

Sueldo Administrativo
11,7%

Sueldo Contable
13,1%

Sueldo RRHH
12,8%

Sueldos de informát...
62,4%



En segundo lugar encontraríamos el **sueldo del contable**, porque aunque solo contemos con uno, es de los sueldos más elevados con un coste de 1.800€, debido al trabajo tan complejo que realiza.

En tercer lugar posicionaríamos el **sueldo del responsable de recursos humanos** es de 1.750€, este desarrolla un trabajo al que hay que dedicarle muchas horas dentro de nuestra empresa. El porcentaje es de un 10%.

El 29% restante está dividido en otros costes de los que cuenta la empresa que tienen un precio más reducido, el cual su porcentaje no asciende individualmente más allá del 5%, esto se debe a que su coste, tanto mensual como anual es muy bajo en comparación con el de los costes que hemos nombrado anteriormente.

Entre dichos gastos se encuentran el alquiler y la limpieza de la oficina, los gastos de los suministros, es decir, la luz, el agua y las líneas de internet y móvil, así como los gastos del seguro del local y responsabilidad civil, entre otros. Un gasto importante para nosotros y que estará presente todos los meses es la inversión en publicidad.

El total de IVA soportado mensualmente en costes fijos de nuestra empresa suma un total de costes de 636,50€. Anualmente el IVA soportado de nuestra empresa suma un total de 8.598,06€.

COSTES VARIABLES:

Dentro de nuestra cartera de servicios solamente encontramos dos diferentes, por una parte encontramos el servicio estándar que es el más económico y que ofrece 6 servicios diferentes con un precio de 3,99€ y un precio sin iva de 3,15€. Luego el último servicio y más caro es el premium que ofrece todos los servicios por un precio de 5,99€ y de 4,73 sin el 21% de IVA.

Como se observa en las tablas a continuación no tenemos ningún coste variable ya que se trata de un servicio, pero lo que sí que tenemos muchos gastos fijos.

FAMILIA SERVICIOS	PVP	IVA	PVP sin IVA
Servicio estándar	3,99 €	21%	3,15 €
Servicio premium	5,99 €	21%	4,73 €
MEDIA	4,99 €	21%	3,94 €

CARTERA DE PRODUCTOS Y MÁRGENES BRUTOS UNITARIOS

FAMILIA SERVICIOS	PVP sin IVA	Coste sin IVA	MARGEN BRUTO	MARGEN BRUTO %
SERVICIO ESTÁNDAR	3,15 €	0,00 €	3,15 €	100,00%
SERVICIO PREMIUM	4,73 €	0,00 €	4,73 €	100,00%
MEDIA	3,94 €	0,00 €	3,94 €	100,00%

Como podemos observar, los márgenes brutos son del 100% porque no tenemos gastos variables al tratarse de un servicio.

PUNTO MUERTO:

Para conocer de manera orientativa el número de suscripciones que deberían contratar nuestros clientes cada mes para resultar rentables, hemos realizado un cálculo del **punto muerto**.

Para ello, primero hemos realizado un **muestreo de 20 personas** que cumplen con el perfil de nuestro buyer persona definido en el Plan de Marketing. A partir de este muestreo hemos obtenido las siguientes conclusiones:

El servicio que más elige la gente es el estándar, el cual es el más barato con un total de 12 de esas 20 elegidas totalmente al azar, estas 12 personas podrán utilizar dentro de nuestra aplicación de 6 opciones. Luego en la parte del servicio más caro, es decir, el servicio premium hay en total 8 personas las cuales quieren disfrutar de todos las opciones posibles dentro de este pack.

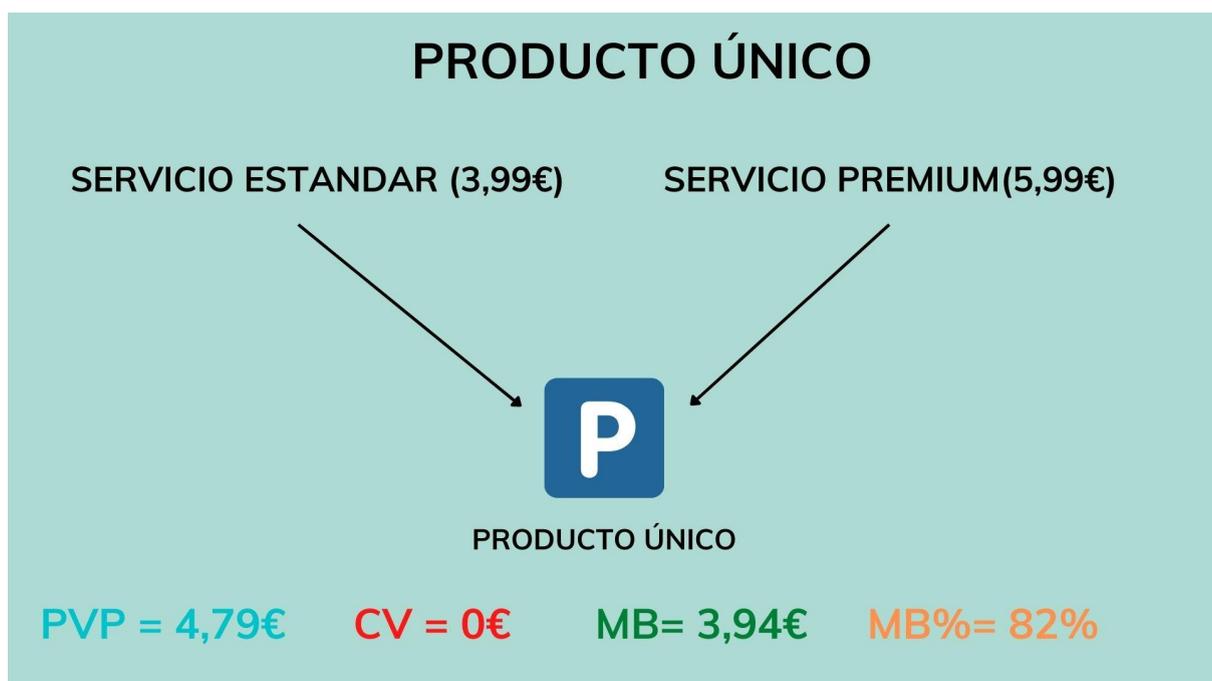
Estos son los resultados del muestreo realizado a 20 personas diferentes sobre qué servicios escogen dentro de nuestra aplicación según los precios de venta y los costes:

	RESULTADO DEL MUESTREO	
	Servicio estandar (12)	Servicio premium (8)
PVP	3,99€	5,99€
CV	0€	0€
Total PVP x uds	47,88€	47,92€
Total CV x uds	0€	0€
.....		
	TOTAL Ventas: 47,88€ + 47,92€ = 95,80€	
	TOTAL CV Ventas: 0€ + 0€ = 0€	
	95,80€/20 personas = 4,79€	0€/20 personas = 0€

En cuanto al servicio estándar que tiene el precio más bajo con un total de 3,99€, de este pack hemos vendido un total de 12 veces lo cual multiplicando el precio por las personas vendidas hace un total de 47,88€. El siguiente servicio es el premium que tiene un precio de 5.99€ y el más elevado, este pack lo han adquirido un total de 8 personas lo que quiere decir que si multiplicamos el precio del pack por el número de personas que lo han comprado nos da 47,92€.

Los costes, al ser un servicio y no tener ningún tipo de coste variable, el total de los costes de cada servicio es de 0€. El total de las ventas sumando los dos servicios después del muestreo de las 20 personas se tienen que sumar los 47,88€ del estándar más los 47,92€ del premium nos da un resultado de 95,80€. Y luego dividimos el resultado de todas las ventas y lo dividimos entre las personas que hemos preguntado, es decir 20 nos da un total de ingresos de 4,79€.

En esta imagen podemos observar el producto único que resulta después del muestreo a 20 personas. Así podemos ver cuál sería el precio medio de venta, el margen bruto y el margen bruto en porcentaje:



- Los ingresos que obtendremos vendiendo 20 servicios diferentes con la suma de los 2 que tenemos dentro de nuestra aplicación nos da un total de 4,79€.
- No tenemos costes variables, por lo que es igual a 0 €.
- El margen bruto de beneficio de nuestros 2 servicios dado en cantidad monetaria asciende a un total de 3,94€.
- Y por último margen bruto de nuestros beneficios pero expresado en porcentaje es de 82% con los 2 servicios ofrecidos.

Tras obtener el muestreo, hemos calculado el **punto muerto** restándole a los gastos fijos los ingresos que tendremos cada mes por la publicidad, ya que como tenemos una suscripción gratuita obtendremos ingresos a través de la publicidad. Hemos calculado que estos ingresos serán de 2.000€ aproximadamente.

Para poder empezar a generar beneficios, debemos vender **3.272 suscripciones mensuales**, que corresponden a 109 suscripciones diarias y 39.264 suscripciones al año, partiendo de que los márgenes brutos medios de nuestros servicios son del 82%. Esta previsión es realista si nuestro negocio no lo centramos solo en Valencia, sino en toda España ya que sí que sería posible vender ese número de suscripciones al mes.

CÁLCULO PUNTO MUERTO

$$CF \text{ mes} = 17.671,77€$$

$$PVP = 4,79€$$

$$CV = 0€$$

$$PM \text{ (mensual)} = \frac{CF - \text{Ingresos por publicidad}}{PVP - CV}$$

$$PM \text{ (mensual)} = \frac{17.672 - 2.000}{4,79} = \frac{15.672}{4,79} = 3.272 \text{ suscripciones al mes}$$

$$PM \text{ (anual)} = PM \text{ (mensual)} \times 12 = 3.272 \times 12 = 39.264 \text{ suscripciones al año}$$

Para no incurrir en pérdidas, debemos fijar unos objetivos mínimos de ventas de 109 suscripciones al día, y todas nuestras acciones (sobre todo de comunicación) deben de estar enfocadas a ese objetivo y debemos asegurarnos de que los márgenes brutos nunca sean inferiores. Además, como podemos observar en la imagen inferior, si vendemos **3.272 suscripciones mensuales**, nuestros ingresos serán iguales a nuestros gastos fijos por lo que no tendríamos ningún tipo de beneficios. Y lo mismo pasaría si calculamos el punto muerto anualmente.

PUNTO MUERTO EN EUROS (€)

PM (mensual) = 3.272 uds x 4,79€ = 15.672,88€/mes

Coincide con: Gastos fijos - Ingresos por publicidad

PM (anual) = 39.264 uds x 4,79€ = 188.074,56€/año

A continuación, hemos analizado 3 posibles escenarios de venta, que nos ayuden a saber cuántas unidades vender para obtener unos beneficios concretos:

ESCENARIOS DE VENTA
gudbuy

DESFAVORABLE

VENTAS = PUNTO MUERTO. 0€ DE BENEFICIOS

3.272 SUSCRIPCIONES AL MES

INTERMEDIO

SUPONEMOS QUE VAMOS A TENER
3.000€ DE BENEFICIOS ANTES DE
IMPUESTOS

UDS AL MES = $\frac{15.672+3.000}{4,79}$ = **3.898** SUSCRIPCIONES

FAVORABLE

SUPONEMOS QUE VAMOS A TENER 10.000€
DE BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS

UDS AL MES = $\frac{15.672+10.000}{4,79}$ = **5.360** SUSCRIPCIONES

Por un lado, el escenario **desfavorable** sería el que hemos calculado en el punto muerto. En este caso, no tendríamos ningún beneficio ya que nuestras ventas (3.272 suscripciones mensuales) serían iguales a los gastos. Pero en este caso, aunque no tenemos beneficios, tampoco tenemos pérdidas.

En el segundo escenario, el **intermedio**, hemos fijado tener 3.000€ de beneficios antes de impuestos. Para lograr este objetivo tenemos que vender unas 3.900 suscripciones al mes.

Por último, el escenario **favorable** consiste en vender 5.360 suscripciones mensuales para obtener unos beneficios antes de impuestos de 10.000€ al mes.

Así podemos ver que, como nuestros márgenes brutos medios son del 82%, para obtener una gran cantidad de ingresos y estar en un escenario favorable, no tenemos que vender muchas más suscripciones mensuales respecto a las que tenemos que vender para comenzar a tener beneficios (punto muerto).

Por ello, tras realizar el análisis de los posibles escenarios de venta, creemos que si vendemos por toda España, es posible vender más de 4.000 suscripciones al mes. Teniendo en cuenta que en España somos unos 47 millones de habitantes y que nuestro público objetivo es muy amplio, consideramos que con una buena estrategia de comunicación y al contar con servicios innovadores, podremos situarnos a partir del segundo año en el escenario intermedio y posiblemente aumentar cada año el número de suscripciones mensuales.

Además Gudbuy es un proyecto **innovador**, que aporta **valor añadido** a la sociedad por sus servicios novedosos, **comprometido** con el medioambiente porque dicha empresa no genera ningún material contaminante sino que defiende el consumo sostenible y lucha por evitar el desperdicio masivo de alimentos.

Además, como hemos analizado en el estudio de mercado, la **tasa de crecimiento** del sector de las aplicaciones móviles es **positiva**, lo que resulta en un punto más a nuestro favor. Por otro lado, tenemos **muchas fortalezas** tal como hemos visto en el análisis DAFO como por ejemplo que no tenemos ningún competidor que ofrezca los mismos servicios. Por todo esto, como conclusión creemos que nuestro proyecto **es viable**.